

리아의 정보를 포함하는 것으로 바뀐다.

필드(field) 개념의 적용

강민수 어린이는 10,000원을 가지고 (맥도널드의 M 마크) 맥도널드 햄버그 가게로 가서 3,000원짜리 빅맥 1개(빅맥 그림)와 3,000원짜리 맥너겟 세트 2개(맥너겟 그림)를 샀습니다. 얼마를 거슬러 받아야 할까요? 정답 1,000원

상기의 문제에서 필드 개념을 전부 또는 선택적으로 적용할 수 있는 것은 강민수 어린이(a), 10,000원(b), 맥도널드(c), M 마크(c'), 맥도널드 햄버그 가게(c''), 3,000원짜리 빅맥(d), 1개(e), 빅맥 그림(d'), 3,000원짜리 맥너겟 세트(h), 2개(i), 맥너겟 그림(h'), 1,000원(k) 등이 있을 수 있다.

각각의 필드 개념에서 만약 학습자(80-1)가 바뀐다면 또는 하나의 서버에서 여러명의 학습자(80-1)들에게 학습 콘텐츠를 제공하는 경우 각 학습자(80-1)들마다 각기 다른 학습자(80-1) 명칭이 들어갈 수 있다. 또한, 하나의 학습 콘텐츠 또는 오브젝트, 학습 단위에서 광고주가 바뀌거나, 광고 제공 방식 및 제공 조건 등이 바뀐다면(맥도널드에서 롯데리아로) 이들 공통 속성을 가지는 필드에서 관계형 정보를 추출해 내어 합성하여 학습 콘텐츠를 구성한다.

또한, k 필드는 $k = b - (d * e + h * i)$ 의 관계가 성립하므로, 맥도널드에서는 k 필드의 값이 1000원이 되고, 롯데리아에서는 2000원이 된다.

즉, 본 발명의 사상을 적용하여 학습 콘텐츠를 제작할 때, 광고 개념만을 삽입하고 필드나 관계형 DB 개념을 사용하지 않을 수도 있으며, 일부 또는 전부를 사용할 수도 있다. 이것은 기존 학습 콘텐츠를 본 발명의 사상을 적용된 학습 콘텐츠화 시킬 때는 준용된다. 즉, 교환 과정과 필드화 및 관계형 DB화 과정을 함께 밟을 수 있다.

텍스트 기반 학습 콘텐츠의 작성

텍스트 기반으로 한 콘텐츠를 작성할 때 다음의 과정을 특징으로 하는 방법을 취한다.

첫째, 구체적인 상품 또는 서비스 명칭 및 상품, 서비스의 공급자의 명칭을 단수 또는 복수개를 결합하여 학습 콘텐츠를 작성한다. 특히, 현재, 미래 또는 과거의 광고주가 제공하는 상품 또는 서비스를 포함시키며, 상품 또는 서비스는 학습 콘텐츠가 대상으로 삼는 자가 주로 소비하는 상품 또는 서비스를 대상으로 한다. 즉, 어린이 대상이라면 피자, 햄버거 등의 패스트푸드, 콜라 등의 식생활 부분, 어린이 옷 등의 의생활 부분, 어린이 대공원, 게임 등의 엔터테인먼트 서비스 제공 공간 및 상품 등을 구체적인 상품 또는 서비스 제공자를 직접 또는 간접으로 포함시켜 학습 콘텐츠를 제작한다.

둘째, 각각의 텍스트 중 필드를 구성할 수 있는 것들을 선별해 내어 필드 속성을 부여할 수 있다. 각각의 필드중 관련성이 있는 것들을 관련 시키는 방식으로 자료의 관계형 DB화 및 광고주 등 기타 광고에 관한 조건들이 바뀌었을 경우 효과적으로 대처할 수 있도록 한다.

이미지 기반 학습 콘텐츠 작성

이미지 기반으로 한 콘텐츠를 작성할 때 다음의 과정을 특징으로 하는 방법을 취한다.

첫째, 구체적인 상품 또는 서비스 제공 장면에 대한 그림 및 상품, 서비스의 공급자의 명칭을 단수 또는 복수개를 결합하여 학습 콘텐츠를 작성한다.

특히, 현재, 미래 또는 과거의 광고주가 제공하는 상품 그림 또는 서비스 제공 장면을 포함시키며, 그 이미지의 대상이 되는 상품 또는 서비스는 학습 콘텐츠가 대상으로 삼는 자가 주로 소비하는 상품 또는 서비스를 대상으로 한다. 즉, 어

린이 대상이라면 피자, 햄버거 등의 패스트 푸드, 콜라 등의 식생활 부분 관련 이미지, 어린이 옷 등의 의생활 부분 부분 이미지, 어린이 대공원, 게임 등의 엔터테인먼트 서비스 제공 공간 및 상품 등의 이미지를 구체적인 상품 또는 서비스 제공자를 직접 또는 간접으로 포함시켜 학습 콘텐츠를 제작한다.

동영상 기반 학습 콘텐츠 작성

동영상 기반으로 한 콘텐츠를 작성할 때 다음의 과정을 특징으로 하는 방법을 취한다.

첫째, 동영상의 이미지 부분에 대해서는 상기의 이미지 기반 학습 콘텐츠 작성을 준용한다. 즉, 동영상이 실제로 구성되어 있다면 그 배경과 소품의 전부 또는 일부를, 동영상이 애니메이션 등처럼 연속된 이미지로 구성된 경우라면 그 하나 하나의 이미지의 구성은 상기의 이미지 기반 학습 콘텐츠 작성 과정을 준용하여 구체적인 상품 또는 서비스 제공 장면에 대한 그림 및 상품, 서비스의 공급자의 명칭을 단수 또는 복수개를 결합하여 학습 콘텐츠를 작성한다. 특히, 현재, 미래 또는 과거의 광고주가 제공하는 상품 그림 또는 서비스 제공 장면을 포함시키며, 그 이미지의 대상이 되는 상품 또는 서비스는 학습 콘텐츠가 대상으로 삼는 자가 주로 소비하는 상품 또는 서비스를 대상으로 한다. 즉, 어린이 대상이라면 피자, 햄버거 등의 패스트푸드, 콜라 등의 식생활 부분 관련 이미지, 어린이 옷 등의 의생활 부분 부분 이미지, 어린이 대공원, 게임 등의 엔터테인먼트 서비스 제공 공간 및 상품 등의 이미지를 구체적인 상품 또는 서비스 제공자를 직접 또는 간접으로 포함시켜 학습 콘텐츠를 제작한다. 각각의 텍스트 중 필드를 구성할 수 있는 것들을 선별해 내어 필드 속성을 부여할 수 있다. 각각의 필드중 관련성이 있는 것들을 관련 시키는 방식으로 자료의 관계형 DB화 및 광고주 등 기타 광고에 관한 조건들이 바뀌었을 경우 효과적으로 대처할 수 있도록 한다. 이는 특히 플래시(flash) 애니메이션 처럼 영상을 구성하는 화면의 컷의 갯수가 작은 경우 또는 일정 개수의 이미지가 반복적, 임의적(in random order)으로 등장하는 경우에 적용하면 특히 효율적이다.

영상은 상황이 설정되는 경우가 많은데, 그 상황을 상품의 소비 또는 서비스의 이용과 관계된 것을 설정할 수 있다.

둘째, 소리 기반인 경우는 소리(sound, 음성 포함)의 시계열성(sequence property - 모든 소리는 시간의 경과를 요한다)에 기반하기 때문에, 학습 콘텐츠를 구성하는 소리의 경우 텍스트로 된 콘텐츠를 읽어 주는 방식에 준용된 구성 및 특정 상품의 소리 광고 또는 광고 중 소리 부분을 그 광고 되는 상품과 관련하여 제공해 줄 수 있다. 자세히 설명하면 다음과 같다. 구체적인 상품 또는 서비스 명칭 및 상품, 서비스의 공급자의 명칭을 단수 또는 복수개를 결합된 것을 소리화한 것(가장 간단한 예로는 [piza h[^]t piza]라고 발음해 주는 것이다.)을 포함하여 학습 콘텐츠 중 소리 부분을 구성하는 것이다.(즉, 영어 회화라면 [pepsi pli:z]라고 하는 것이다.) 특히, 현재, 미래 또는 과거의 광고주가 제공하는 상품 또는 서비스를 포함시키며, 상품 또는 서비스는 학습 콘텐츠가 대상으로 삼는 자가 주로 소비하는 상품 또는 서비스 및 그들의 구체적인 출처를 대상으로 한다. 즉, 어린이 대상이라면 피자, 햄버거 등의 패스트 푸드, 콜라 등의 식생활 부분, 어린이 옷 등의 의생활 부분, 어린이 대공원, 게임 등의 엔터테인먼트 서비스 제공 공간 및 상품 등을 구체적인 상품 또는 서비스 제공자를 직접 또는 간접으로 포함시켜 학습 콘텐츠를 제작한다.

텍스트, 이미지, 동영상 등의 콘텐츠 구성 요소의 2 이상의 결합으로 구성된 학습 콘텐츠 제작 방법

상기의 각각에 대한 작성 방법을 콘텐츠나 오브젝트 단위에서 준용한다.

상품 또는 서비스가 복수 개이거나, 상품 또는 서비스의 공급 주체가 복수인 경우에도 각각에 대해서 텍스트, 이미지, 동영상 등의 방식을 준용할 수 있다. 상기의 방법과 병렬적으로 다음의 과정들을 제시한다.

학습 콘텐츠로부터 상품 등의 명칭을 찾는 과정

도입

학습 콘텐츠 제작자가 텍스트 콘텐츠를 분석하여 이 텍스트 콘텐츠 중에서 상품(예 : PC) 또는 서비스(예 : 음식점)의 명칭, 상표(맥도날드) 또는 서비스표(텔리)의 명칭 등의 상품 등의 명칭과 동일하거나 유사한 텍스트를 찾아 내는 방법에 대한 것이다.

학습 콘텐츠의 텍스트 콘텐츠와 상품 등의 명칭 DB(80-5-2)의 매칭(matching) 또는 필터링

텍스트 콘텐츠는 문자, 숫자, 기호등으로 구성되어 있는 콘텐츠를 말한다. 이들 문자, 숫자, 기호 등(이하 '문자 등'으로 약칭한다)은 각 코드체계(코드 체계는 복수 개일 수 있다.)는 각 문자 등과 1:1로 대응되는 코드 번호(이진번호든, 십진수든, 즉 진법에 관계치 않으며 숫자로 되어 있다)를 가지도록 구성되어 있다. 즉, 특정한 문자에는 특정한 번호가 1:1로 완전 대응된다. 문자 등의 조합으로 구성되는 콘텐츠 역시 대응코드의 결합으로서 1:1 대응 관계를 가지게 된다. 대응 관계를 이용하면 결합된 코드를 역으로 분석하여 이들에 대응하는 문자 등의 조합을 찾을 수 있다. 그러므로, 텍스트 콘텐츠를 구성하는 코드와 상품 등의 명칭을 담고 있는 DB의 상품 등의 명칭에 대응하는 코드를 매칭(matching) 또는 필터링(filtering)시키면(물론, 코드 체계의 일치는 물론이다.) 전체 텍스트 콘텐츠의 코드 중에서 상품등의 명칭에 해당하는 코드 군 또는 이 코드 군에 해당하는 텍스트 콘텐츠를 인식할 수 있다.

일단 인식된 이후에는 그에 대해 표시(marking, tagging or indexing)를 할 수 있다. 그리고, 그 동일성이 인정되는 상품 등의 명칭부분에 해당하는 코드를 그에 해당하는 코드 부분의 위치와 함께 또는 별도로 저장할 수도 있으며, 복사 또는 분리도 시킬 수 있다. 이 인식, 표시, 분리는 100% 완벽하지 않을 수 있지만 각 언어에 따른 특징을 반영하는 단위 또는 복수개의 매칭 또는 필터링 과정을 거치면(인공 지능을 이용한 분석과정을 거치면 정확도가 향상될 수 있다.) 정확도가 크게 향상될 수 있다 이 과정을 위해서는 상품 등의 명칭 DB(80-5-2)(80-5-2)가 필수적으로 요구된다.

단계적 과정

상기의 과정을 단계적으로 설명하면 다음과 같다.

첫째, 텍스트 콘텐츠를 읽는다.(87-1)

둘째, 상품 등의 명칭 DB(80-5-2)(80-5-2)와 매칭 또는 필터링을 한다.(87-2)

셋째, 동일성이 인식되는 명칭을 찾아낸다.(87-3)

넷째, 그 코드에 대해 표시(mark)하거나, 위치와 함께 또는 별도로 저장하거나, 복사 또는 분리시킨다.(87-4)

상표 등의 표장 콘텐츠를 결합하는 과정

상표 등의 표장 콘텐츠 발견

동일하거나 유사한 텍스트를 찾은 경우 그 텍스트에 해당하는 상품 또는 서비스의 공급자들을 찾아 내고, 그들의 상표 또는 서비스표 등 공급자들의 광고물을 찾아 내는 방법에 대한 것이다.

전제

상품 또는 서비스는 통상 단위 또는 복수 개의 공급자들이 있고, 이들은 자신의 상품 또는 서비스에 상표 등의 표장 콘텐츠를 붙여서 판매하는 것이 보통이다. 즉, 상품 등의 명칭(햄버거)이 있을 때 그 명칭에 해당하는 상품 등을 공급하는 공급자((주)롯데리아, (주) 맥도널드 코리아 등, 본 공급자의 명칭은 단순한 예시일 뿐 이들이 이 공급자 명칭을 사용

하지 않을 수도 있다.)들이 있고, 그 공급자들은 자신들의 상품 등에 상표 등(맥도널드, 롯데리아, KFC 등)을 부착하여 판매하는 것이 보통이다.

상표 등의 표장 콘텐츠 발견

도 88에서 보는 바와 같이 상품 등의 명칭에 상응하는 공급자의 발견하고 상표 등의 표장 콘텐츠 검색하는 과정에 구성은 다음의 단계로 구성되어 있다.

상품 등의 명칭이 정해진(88-1) 다음에는 이것들을 공급자 DB 또는 상표 등의 표장 콘텐츠 DB(80-5-3)를 검색하여(88-2) 단수 또는 복수개의 공급자들을 찾아 낸다.(88-3) 공급자가 상품 등의 명칭에 해당하는 상표 등의 표장 콘텐츠를 가지고 있는 경우 이를 찾아 내어 확정한다(88-4). 이때, 특정한(가령 일정한 광고비 등의 비용을 지불하는 등) 조건이 만족되는 공급자들의 정보만을 찾을 수도 있다.(88-5) 조건이 부합되는 공급자만의 상표 등의 표장 콘텐츠를 확정한다.(88-6) 그리고, 찾아낸 상표 등의 표장 콘텐츠를 저장한다.(88-7)

상품 등의 명칭에 상응하는 공급자의 발견 및 상표 등의 표장 콘텐츠 검색 단계는

첫째, 상품 등의 명칭의 확정(88-1)하는 단계

둘째, 그 상품 등의 명칭을 공급자DB 또는 상표 등의 표장 콘텐츠 DB(80-5-3)에서 검색(88-2)하는 단계

셋째, 단수 또는 복수개의 공급자의 확정(88-3)하는 단계

넷째, 각 공급자마다 단수 또는 복수개의 상표 등의 표장 콘텐츠 확정(88-4)하는 단계

다섯째, 각 공급자마다 조건 등의 성취 여부 확인(88-5)하는 단계

여섯째, 조건이 부합되는 공급자만의 상표 등의 표장 콘텐츠 확정(88-6)하는 단계

일곱째, 확정된 상표 등의 표장 콘텐츠를 저장(88-7) 단계로 구성되어 있다. 학습 콘텐츠와 상표 등의 표장 콘텐츠의 결합 또는 DB 연동의 시기 및 저장 장소

상표 등의 표장 콘텐츠의 결합의 주제

첫째, 학습 콘텐츠 공급자

학습 콘텐츠를 제작할 때, 상표 등의 표장 콘텐츠를 학습 콘텐츠와 결합한다. 상표 등의 표장 콘텐츠가 삽입된 학습 콘텐츠를 저장해 놓고, 이를 학습&자(80-1)들의 정보 요구에 맞추어서 표시해 줄 수 있다. 이때 특정한 조건이 부과되는 경우 이 조건이 만족되는 것만 필터링(filtering)해서 학습&자(80-1)들에게 제공될 수 있다.

상기의 결합 과정은 학습 콘텐츠 공급자가 자신이 상표 등의 표장 콘텐츠 DB(80-5-2)와 상품 등의 명칭 DB(80-5-2)(80-5-2) 및 분석 및 결합 과정에 쓰이는 각종의 프로그램 등을 전부 가지고 있는 경우에는 학습 콘텐츠의 학습 콘텐츠 공급자가 직접 할 수 있다. 이때 DB는 외부 DB를 참조할 수 있다. 물론, 학습 콘텐츠를 외부에 보내고 외부의 제 3자가 상표 등의 표장 콘텐츠를 학습 콘텐츠와 결합하여 학습 콘텐츠의 학습 콘텐츠 공급자에게 전송할 수 있다.

둘째, 학습 콘텐츠의 저장자

콘텐츠 학습 콘텐츠 공급자에게서 콘텐츠를 제공받아, 일반 대중에게 서비스하기 위하여 DB, 파일의 형태로 저장하는 자가 콘텐츠의 저장자이다. 저장된 파일 또는 콘텐츠 DB를 보유하는 자가 상기의 콘텐츠 학습 콘텐츠 공급자처럼 콘텐츠에 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합할 수 있다.

셋째, 콘텐츠의 중개자

콘텐츠를 다양한 형태로 일반 학습자(80-1)에게 전달하는 과정을 중개하거나, 콘텐츠의 학습 콘텐츠 공급자, 저장자, 처리자, 표시자의 사이에서 전달되는 과정을 중개하는 자가 상기의 콘텐츠 학습 콘텐츠 공급자처럼 콘텐츠에 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합할 수 있다.

넷째, 콘텐츠의 이용자

보여지는 콘텐츠의 내용을 분석하여 연관되는 광고를 표시(시각화, 청각화)하는 프로그램(광고 관리 프로그램 등)을 사용하여 자신이 보고 싶어하는 광고를 웹사이트 콘텐츠에 연동하여 삽입하고자 할 때 프로그램은 상기의 콘텐츠 학습 콘텐츠 공급자처럼 콘텐츠에 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합할 수 있다.

상표 등의 표장 콘텐츠의 교체

여러 상표 등의 표장 콘텐츠를 프로그램에 의한 자동 교체, 순환 교체, 임의(random) 교체, 광고주와 광고를 하는 사이트간의 계약주기에 의한 교체, 광고를 보는 자의 선택에 의한 교체 등이 있을 수 있다.

상표 등의 표장 콘텐츠의 결합의 시기

첫째, DB, 파일 등의 저장된 상태에서

웹사이트가 DB형태 혹은 단순히 각종의 파일 형태로 저장된 웹사이트 콘텐츠에 대하여 그 내용을 분석하여, 상품 등의 명칭 등을 추출하고, 이에 해당하는 상표 등의 표장 콘텐츠와의 대응관계에 대한 연산을 수행하고, 처리된 연산결과에 일치하는 상표 등의 표장 콘텐츠를 추출한다. DB의 단위는 단어, 항목, 구, 절, 페이지, 한 화면단위, 문서단위, 파일단위, 연관되는 문서의 묶음 단위, DB의 분류단위, 사이트 전체의 DB 등으로 조절한다. 각 DB단위에 해당되는 콘텐츠에 매칭되는 상표 등의 표장 콘텐츠의 단위는 각 단위별 1개, 같은 성격의 분류, 카테고리, 제품 단위의 광고묶음, 여러 성격의 분류, 카테고리, 제품 단위의 광고 묶음 등이다.

둘째, 화면에 표시될 때

웹사이트가 자신의 콘텐츠를 학습자(80-1)의 모니터에 표시되기 위하여 전송할 때, 콘텐츠의 내용을 분석하여 상품 등의 명칭 등을 추출하고, 이에 해당하는 상표 등의 표장 콘텐츠와의 대응관계에 대한 연산을 수행하고, 처리된 연산결과에 일치하는 상표 등의 표장 콘텐츠를 추출한다. DB의 단위는 단어, 항목, 구, 절, 페이지, 한 화면단위, 문서단위, 파일단위, 연관되는 문서의 묶음 단위, DB의 분류단위, 사이트 전체의 DB 등으로 조절한다. 각 DB단위에 해당되는 콘텐츠에 매칭되는 상표 등의 표장 콘텐츠 대상의 단위는 각 단위별 1개, 같은 성격의 분류, 카테고리, 제품 단위의 상표 등의 표장 콘텐츠 묶음, 여러 성격의 분류, 카테고리, 제품 단위의 상표 등의 표장 콘텐츠의 묶음 등이다.

셋째, 웹 학습자(80-1)가 입력할 때

웹사이트의 이용자가 웹사이트에 데이터를 입력하거나 송수신할 때(검색창에서 특정한 단어나, 구, 절, 문장을 입력할 때, 게시판에 게시물을 올릴 때, 채팅창에서 다른 웹 학습자(80-1)와 대화를 주고 받을 때) 웹사이트의 이용자가 송신하는 내용(단어, 구, 절, 문장, 단락, 글)을 학습 콘텐츠처럼 분석하고, 그 송수신, 입력하는 학습 콘텐츠에 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합하여 표시한다.

결합된 형태의 모습

상표 등의 표장 콘텐츠가 학습 콘텐츠와 결합 또는 DB 연동되는 것은 다음의 3가지 형태가 있다.

첫째, 학습 콘텐츠와 상표 등의 표장 콘텐츠와 결합되어 하나의 콘텐츠로 저장되어 있는 형태이다. 이 그러므로 외부에서 본 학습 콘텐츠를 불러낼 때, 상표 등의 표장 콘텐츠가 결합된 콘텐츠가 불러 나와서 학습&자(80-1)들에게 제공된다.

둘째, 학습 콘텐츠의 상품 등의 명칭 해당 부분에 학습&자(80-1)들에게는 보이지 않는 프로그램 내부 상의 표시를 하고, 상품 등의 명칭에 대응하여 학습 콘텐츠 제공자(80-2)(80-2)(30-6a 또는 30-6b)가 학습&자(80-1)들에게 표시해 주기를 원하는 상표 등의 표장 콘텐츠는 학습 콘텐츠의 외부에 저장해 놓고 학습 콘텐츠가 학습&자(80-1)들에게 제공될 때 상표 등의 표장 콘텐츠와 학습 콘텐츠를 표시를 매개로 하여 결합한 다음 학습&자(80-1)들에게 제공할 수 있다.

셋째, 첫째와 둘째의 방법에서 상표 등의 표장 콘텐츠를 관리하는 주체가 학습 콘텐츠의 관리 주체와 다른 경우 양 주체의 DB가 연동하여 학습&자(80-1)들의 콘텐츠 요구가 있을 경우 상품 등의 명칭과 상표 등의 표장 콘텐츠를 DB 연동 방식으로 결합하여 학습&자(80-1)들에게 제시해 주는 방법이 있다.

스몰 아이콘(small icon)와 하이퍼링크에 대한 설명 표시 도 90과 관련지어서 스몰아이콘의 작용과정을 설명하면 다음과 같다.

개념의 도입 배경

네트워크 상에서 하이퍼링크가 결합되어 있는 수많은 콘텐츠(예를 든다면 배너)들이 있는데, 이 콘텐츠들의 공통된 특징 중의 하나가 그 콘텐츠에 클릭 등의 상호 작용을 하였을 때 이동을 한다는 것 정도만 파악될 뿐이지 어느 성격을 가지는 사이트(가령, 상거래 사이트, 포럼, 커뮤니티, 뉴스 등)로 접속되는 지를 알 수 없다. 통상의 브라우저는 하이퍼링크가 결합되어 있는 콘텐츠 위에 마우스 등을 위치시키면 화면의 아래쪽에 그 하이퍼링크된 주소가 나오지만, 그 주소만으로는 그 하이퍼링크된 사이트의 성격을 알 수는 없는 것이 통상이다. 그러므로, 하이퍼링크가 결합된 콘텐츠에 그 콘텐츠에 상호작용을 하는 경우 어느 성격의 사이트로 연결된다는 것을 알려주는 기호의 표시가 있다면 학습&자(80-1)들은 어느 성격을 가지는 사이트로 연결될 것인지에 대해서 알고 있기 때문에 사전에 클릭 등을 할 것인지 그렇지 않을 것인지를 결정할 수 있게 된다.

스몰 아이콘의 개념

스몰 아이콘이란 이미지 아이콘(텍스트 아이콘일 수도 있다.)으로 그 아이콘의 시각적 이미지는 기호, 문자, 도형의 단독 또는 이들의 결합 및 이들 각각에 색채가 결합되어 있는 것으로 되어 있다. 이들에는 각 문자가 그 스몰 아이콘이 표시하는 성격에 대한 일반 명칭의 첫문자로 구성된 것을 포함한다.(가령 예를 들면 원문자 S는 검색(search) 사이트를 나타내는 것 등이다.) 이들 아이콘은 독립적인 객체로서 존재할 수도 있으며, 종속적 존재로서 다른 콘텐츠와 긴밀히 결합되어 있을 수 있다.

독립적 객체(90-3)란 개념은 스몰 아이콘이 독자적인 콘텐츠란 말이며, 독자적으로 존재하고 행동하며, 학습&자(80-1)의 상호작용에 독립적인 반응을 한다는 것이다.(90-5a, 90-5b) 즉, 이들 아이콘에 하이퍼링크가 결합되어 있는 경우 이 스몰 아이콘만을 클릭해도 다른 웹페이지로 이동할 수 있는 것과 같은 개념이다.

종속적 존재 (90 - 2)란 말은, 스몰 아이콘이 다른 콘텐츠를 구성하는 각종 요소의 부분 또는 이미지의 한 부분으로 존재하며 독자적으로 존재하지 못하며, 행동하지도, 반응하지도 못한다는 것이다.(90 - 5c)

예를 들어 설명하면 다음과 같다.

배너 그림 속에 "@"가 있고, 이 @표시는 전자우편을 보내거나 이용할 수 있는 성격을 가진 곳으로 간다는 것을 표시해 주는 속성을 가진다고 하자. 이때, 이 @ 표시가 독립된 객체 또는 오브젝트로 떨어져 있으며, 이 @에만 클릭해도 전자 우편을 보내거나 이용할 수 있는 성격을 가진 곳으로 간다면 이는 독립된 객체로서의 스몰 아이콘이다. 하지만, 배너 그림 속에 단순히 @그림이 포함되어 있으며, @부분을 클릭해도(@가 배너에 포함되어 있고, @이 포함되어 있는 배너 부분 또는 배너 전체적으로 어느 하나 또는 둘 이상의 특정한 사이트로 연결시킨다면), 배너의 안쪽이지만 @부분의 주위를 클릭해도 동일한 하나 또는 둘 이상의 특정한 사이트로 연결시킨다면 이는 종속적 존재로서의 스몰 아이콘이다.(90 - 5c)

스몰 아이콘의 작용

스몰 아이콘은 개별 사이트마다 독립적인 약속 체제를 가질 수 있으며, 일부 또는 전부의 스몰 아이콘들은 공통된 약속 체제를 사용할 수도 있다. 예를 들면 스몰 아이콘 속의 문자 "EC"는 전자상거래(Electronic Commerce) 사이트가, "@"는 전자 우편 사이트가, "X"는 성인(exposed) 사이트가, "M"은 음악(Music)사이트가, "C"는 커뮤니티(Community) 사이트가, "F"는 포럼(Forum) 사이트가, "N"은 뉴스(News) 사이트가, "S"는 검색(Search) 사이트가, "A"는 예술(Art) 사이트가 연결되어 있음을 표시해 줄 수 있다. 본 설명에서 사이트는 위치 또는 곳의 의미로 사용되는 데, 왜냐하면 웹 상이 아닌 CD-ROM이 담겨 있는 콘텐츠에 대해서도 스몰 아이콘의 개념이 적용될 수 있는데 이때, 콘텐츠 상의 다른 위치는 엄격한 의미로 사이트가 아니기 때문이다.(이것은 본 문단 이외에 본 발명의 명세서 전체에 적용될 수 있다.) 또한, 인용부호는 강조, 또는 분리의 의미로 실제로 인용부호와 함께 사용된다는 의미는 아니다.

스몰 아이콘의 위치

독립 스몰 아이콘은 관련 콘텐츠(related contents 배너의 위 또는 주변에 스몰 아이콘이 있다면 이 스몰 아이콘은 그 배너와 관련이 있다.)의 위 또는 주변에 위치할 수 있으며, 그 관련 콘텐츠의 하이퍼링크와 동일한 하이퍼링크를 포함하고 있다. 그로브로, 각각 다른 곳을 연결하는 경우 각각 하나의 콘텐츠에 여러 개의 독립 스몰 아이콘이 붙을 수 있다.(91 - 2a, 91 - 2b에서 상표 등의 표장 콘텐츠를 스몰 아이콘으로 대체하는 경우) 종속 스몰 아이콘은 콘텐츠의 한 부분으로서 자기에 속한 하이퍼링크를 가지고 있지 못하며, 다만 하이퍼링크로 연결된 사이트에 대한 성격 또는 속성 정보 제공 기능만을 가질 뿐이다. 또한 스몰 아이콘들을 화면상의 특별한 위치에 있을 수 있다.(91 - 3)

상표 등의 표장 콘텐츠에의 적용

상표 등의 표장 콘텐츠에는 상표(모델명을 포함한다), 서비스표, 단체표장, 업무 표장 등 상표법에서 정의되는 모든 식별 표지 및 상호 등 상법에서 정의되는 식별 표지, 부정경쟁방지법에서 정의되는 식별 표지, 기타 자타상품식별의 목적으로 쓰이는 일체의 표지 및 웹사이트 주소(하부 사이트 주소를 포함한다), 아이콘, 이미지, 심볼(symbol), 소리 상표, 슬로건, 제스처, 광고 중의 특정한 장면, 특정한 소리, CM 송, CF 등의 일체의 식별 목적을 가지고 쓰이거나 식별의 기능을 가지면서 사용되는 콘텐츠 및 이들 각각을 결합한 것이 있을 수 있다. 이들 각각에 하이퍼링크가 연결되어 있다면 그 하이퍼링크에 의해서 연결되는 사이트에 대한 속성 또는 성격에 대한 정보를 제공해 줄 수 있게 된다. 즉, "Palm"이라는 상표 등의 표장 콘텐츠에는 이 표장 콘텐츠에 연결되어 있는 것이, Palm이라는 회사, Palm사의 햄버거를 파는 곳, Palm사의 물건들에 대한 커뮤니티 사이트, Palm사에 대한 각종 단체 또는 분석이 있는 곳등 실로 다양한 곳을 연

결하는 하이퍼링크가 붙어 있을 수 있다. 그러므로, 이 때 상표 등의 표장 콘텐츠에 스몰 아이콘이 있을 때 학습&자(80-1)의 판단이 많이 도움이 됨은 자명하다.

상품 등의 명칭에도 스몰 아이콘이 부착될 수 있다. 즉, 햄버거 라는 상품 등의 명칭이 있다면 이 명칭의 주변에 스몰 아이콘을 부착하면 그 스몰아이콘이 포함하고 있는 하이퍼링크된 사이트에 대한 속성을 알 수 있어 학습&자(80-1)에게 도움이 된다.

하이퍼링크에 대한 표시

통상의 브라우저는 하이퍼링크가 결합되어 있는 콘텐츠 위에 마우스 등을 위치시키면 화면의 아래쪽에 그 하이퍼링크된 주소가 나오지만, 그 주소만으로는 그 하이퍼링크된 사이트의 성격을 알 수는 없는 것이 통상이다. 그러므로 다음의 구성을 생각할 수 있다.

첫째, 하이퍼링크된 주소를 브라우저가 읽어 올 때, 그 하이퍼링크에 결합되어 있는 다른 정보(사이트의 성격, 속성 등)도 함께 읽어 온다. 이 함께 읽어 온 하이퍼링크로 연결되어 있는 다른 사이트에 대한 정보를 화면 하단에 사이트 주소를 표시할 때 주소 옆에 표시해 주거나, 학습&자(80-1)가 하이퍼링크로 표시된 콘텐츠에 포인팅 디바이스를 위치시킨 경우 음성 등의 도움말 표시에 이 정보를 표시시켜 준다.

작용 표시 스몰 아이콘

특정한 스몰 아이콘은 특정한 작용을 표시할 수도 있다.(90-5d) 즉, 이 스몰 아이콘에 작용을 가하면 그 스몰 아이콘은 그 작용을 가동시키는 프로그램을 작동시키거나, 그 작용을 할 수 있도록 다른 콘텐츠를 표시해 준다.

콘텐츠와 광고가 연동되는 웹사이트의 종류 및 광고 효과

첫째, 검색엔진을 가지고 학습&자(80-1)가 자신이 필요로 하는 것에 대한 정보를 요청하고, 이를 분석하여 다양한 분류, 표기 방법으로 정보를 제공하는 사이트에서 콘텐츠와 관련있는 광고는 그 효과를 발휘한다. 학습&자(80-1)는 CGI(Common Gateway Interface) 등의 방법으로 마련된 입력창에서 자신이 필요로 하는 정보를 키워드나 문장의 표현 방식으로 입력한다. 학습&자(80-1)가 입력한 검색어는 학습&자(80-1)가 원하는 내용을 정확히 상징하며 이를 분석하여 광고를 게재한다.

둘째, 포털 사이트는 각종의 정보를 백화점식으로 제공하며 다양한 카테고리를 가지고 학습&자(80-1)가 원하는 환경과 정보를 제공한다. 각종의 카테고리에 해당하는 섹션별로 그 섹션의 콘텐츠에 맞는 광고를 게재함으로써, 광고의 효과를 높인다.

셋째, 각종 콘텐츠별로 특화된 사이트가 있다. 교육, 시사, 상거래, 문화 등의 다양한 카테고리의 정보를 제공하는 CP(Content Provider) Site들에서 학습&자(80-1)의 원하는 것은 좀 더 쉽게 분석되고 유형화될 수 있다.

넷째, 위의 유형에 속하지 않는 사이트들이 있다.

상표 등의 표장 콘텐츠의 표시

광고 콘텐츠를 찾아낸 경우 그 광고 콘텐츠를 학습 콘텐츠의 주변 또는 제 3의 위치에 표시하는 방법에 대한 것이다.

표시(소리의 경우 스피커로 출력하는 것 포함, 이 때는 소리이므로 위치가 없을 수 있다. 이하 같으며 이상도 같다)는 크게 첫째, 상품 등의 명칭과 관련하여 학습&자(80-1)들에게 드러나는 상표 등의 표장 콘텐츠가 나타나는 여러 방법과 둘째, 상표 등의 표장 콘텐츠가 표시되기 위한 과정에 대한 방법과 셋째, 학습&자(80-1)의 상호작용 또는 조건의 입력이 있을 때의 상표 등의 표장 콘텐츠의 표시 방법에 대한 것이다.

표시되는 위치

도 91을 참고로 설명하면 다음과 같다.

첫째, 학습 콘텐츠 중의 상품 등의 명칭 콘텐츠가 있을 때 이와 매칭되는 상표 등의 표장 콘텐츠를 상품 등의 명칭 콘텐츠의 바로 위, 바로 옆, 바로 아래 등의 최근접 위치와 상품 등의 명칭 콘텐츠를 덮어 쓰는 위치, 일정한 간격이 떨어져 있는 상하좌우 또는 주변 위치 또는 특정한 위치(모서리 등), 그 상품 등의 명칭 콘텐츠와 연동하는 별도의 장소에 위치시킬 수 있다. 이 위치 방법에 대한 공통된 특징은 하나의 상품 등의 명칭 콘텐츠에 대해서 1개 또는 그 이상의 상표 등의 표장 콘텐츠가 대응되는 것이라는 점이다.(91 - 1a) 즉 상품 등의 명칭과 상표 등의 표장 콘텐츠가 표시되는 위치 사이에 1: 1 또는 1: 다수의 관계가 성립한다는 것이다.

둘째, 상품 등의 명칭과 상표 등의 표장 콘텐츠가 표시되는 위치 사이에 다수: 1 또는 다수: 다수의 관계가 성립한다는 것이다.(91 - 1a, 91 - 1b 각각에 결합된 상표 등의 표장 콘텐츠이 둘 다 주소 A" (91 - 2b)에 대응) 즉, 다수의 상품 등의 명칭에 관련되는 다수의 상표 등의 표장 콘텐츠가 학습&자(80 - 1)의 표시 장치 위에서 하나의 장소 또는 복수 개의 장소에서 표시된다는 특징을 가지게 된다. 즉, 학습&자(80 - 1)의 표시 장치 위에서 나타나는 학습 콘텐츠 상에 복수 개의 상품 등의 명칭이 있을 때, 이들 각각 또는 일부에 대응되는 상표 등의 표장 콘텐츠를 하나의 박스에 모아서 표시해 주거나, 화면의 모서리 등의 개별적인 고정된 위치에 표시해 줄 수 있다. 이 때는 상품 등의 명칭과 상표 등의 표장 콘텐츠와의 1:1 대응관계가 분명하지 않으므로 1) 상품 등의 명칭에 해당하는 상표 등의 표장 콘텐츠만 모아서 표시해 주는 방법, 2) 별개의 위치에서 첫째의 방법을 사용하는 방법(예를 들면 박스 안에서 첫번째 방법을 구현하는 것이다. 이 박스는 학습&자(80 - 1)의 스크롤에 독립적으로 위치하기도 하고, 스크롤에 따라서 움직이기도 한다.)이 있다.

셋째, 학습 콘텐츠가 문단 단위 또는 하나의 대상에 대한 총체적 학습 단위(94 - 1)일 때, 상표 등의 표장 콘텐츠는 그 문단 단위 또는 총체적 학습 단위에 대응하여 결합될 수 있다.

총체적 학습 단위를 설명한다.

" 장민수 어린이는 10,000원을 가지고 (81 - 3)맥도널드 햄버그 가게로 가서 3,000원짜리 (81 - 4)빅맥 1개와 3,000원짜리 맥너겟 세트 (81 - 5)2개 를 샀습니다. 얼마를 거슬러 받아야 할까요? 정답 1,000원"

상기의 따옴표로 인용된 콘텐츠 전체가 하나의 한 학습 단위를 이루는 총체적인 정보 단위이다.

이때는 상표 등의 표장 콘텐츠가 상품 등의 명칭에 결합되어 표시되는 경우 다음의 과정을 밟는다.(즉, 이때는 상품 등의 명칭에 대응하는 상표 등의 표장 콘텐츠가 문단 또는 총체적 정보 단위에 대응하여 표시된다는 것이다.) 첫째, 문단 또는 총체적 정보 단위를 인식한다.(94 - 1) 둘째, 이 문단 또는 총체적인 학습 단위의 왼쪽 또는 오른쪽(도 94의 예시 2) 또는 맨 앞부분, 맨 끝부분에 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합한다.(94 - 2)(이 때, 상표 등의 표장 콘텐츠가 들어갈 자리를 위하여, 문단 또는 총체적인 정보단위는 표장이 존재하는 반대 방향으로 밀리기도 한다. 맨 끝부분에 결합하는 경우는(도 94의 예시 1) 다른 문단 또는 총체적 정보단위가 아래로 밀린다. 이때, 복수개의 상표 등의 표장 콘텐츠가 하나의 문단 또는 총체적 정보 단위에 결합할 수 있다. 이는 도 94에 잘 나타나 있다. 광고에 해당되는 콘텐츠가 있음을 학습&자(80 - 1)가 적극적으로 파악하지 않는 한 알 수 없도록, 별도의 위치(모서리 등)나 표시에 시간 차이를 두고 상표 등의 표장 콘텐츠를 표시해 줄 수도 있다.

표시되는 기본적인 방법

하나의 상품 등의 명칭에 하나의 공급자의 상표 등의 표장

콘텐츠가 결합하는 경우

공급자의 상표 등의 표장 콘텐츠가 하나인 경우

상표 등의 표장 콘텐츠가 하나인 경우 이를 주기 또는 임의의 시간 간격으로 표시하거나 (on) 표시하지 않거나 (off)를 반복하거나, 특수한 디지털 효과 (effect)를 주거나, 속성을 바꾸거나(투명 속성, 반투명 속성, 색깔 등)하여 표시해 줄 수 있다. 이때, 상품 등의 명칭에 대해서 직접적인 변형이 들어가는 경우가 있을 수 있다. 학습 콘텐츠 중에서 상품 등의 명칭 (예:햄버거)이 있는 경우, 그 부분에 햄버거와 관련되어 있는 주소로의 하이퍼링크를 결합하는 것이다.

공급자의 상표 등의 표장 콘텐츠가 복수개인 경우

연속하거나 임의의 순서대로, 일정한 빈도로 또는 임의의 빈도로,

시각에 호소하는 것과 청각에 호소하는 것을 독립적으로 또는 연동시키면서 학습자(80-1)에게 표시할 수 있다. 즉, 복수개의 표장의 하나하나에 대하여 상기의 표장이 하나인 경우를 적용할 수 있다. 복수개의 표장이므로 그 복수개의 표장의 배열 순서를 바꾼다든지, 교환하여 표시한다는 지를 할 수도 있다.

하나의 상품 등의 명칭에 복수개의 공급자들의 상표 등의 표장

콘텐츠가 결합하는 경우

상품 등의 명칭에 대한 공급자가 복수인 경우, 각 공급자별로 상기의 공급자가 하나인 경우(상표 등의 표장 콘텐츠가 하나인 경우, 복수 개인 경우 포함)를 적용할 수 있다.(예, 피자에서 도미노 피자와 피자헛 등이 있을 경우에 적용한다.)

학습자(80-1)의 상호 작용이 있는 경우의 응용

위치 이동 상호 작용

(*91*) 학습자(80-1)들이 마우스, 키보드, 시점의 이동 측정 장치 등의 포인팅 디바이스를 활용하여 학습 콘텐츠에 위치시키거나, 통과하거나, 클릭 등의 작용을 하는 경우에 상기의 표시되는 기본적인 방법을 적용할 수 있다.

포지션 트래킹 (Position Tracking)을 실시하여, 학습 콘텐츠의 상품 등의 명칭에 대응하는 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합하여 학습자(80-1)들에게 표시해 준다. 웹 사이트를 표시하는 웹 브라우저를 포함한 일반적인 컴퓨터용 응용 프로그램은 학습자(80-1)와 컴퓨터간의 상호작용의 과정에서 학습자(80-1)의 현재 위치를 표시하는 커서나 마우스의 포인터를 화면상에 표시하게 된다. 커서와 마우스의 포인터에 현재 위치는 기본 OS(Operating System)의 입출력기능으로부터 현재의 위치를 컴퓨터 응용 프로그램에 전달될 수 있고, 모니터에 표시함으로써 학습자(80-1)의 작업의 편의를 돕게 된다.

이 때 현재의 커서나 마우스가 상품 등의 명칭이 있는 바로 그 위치(the exact position) 또는 그 위치 부근(around the position)에 있을 때 다음의 작용들이 일어날 수 있다.

첫째, 이미 학습 콘텐츠와 결합되어 있던 상표 등의 표장 콘텐츠(일부가 이미 표시되어 있는 경우를 포함한다)를 학습자(80-1)의 상호작용의 입력에 대한을 인식을 불러내는 열쇠(key)로 하여 상기의 표시되는 기본적인 방법에서 기술된 방법으로 표시해 준다.

둘째, 그 위치나 그 위치 부근에 존재하는 학습 콘텐츠를 인식하여 그 학습 콘텐츠가 상품 등의 명칭일 경우 그것을 시작으로 하여 공급자 DB, 상표 등의 표장 콘텐츠 DB(30-2)를 검색한 다음 상품 등의 명칭에 대응하는 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합 또는 연동하여 상기의 표시되는 기본적인 방법에서 기술된 방법으로 표시해 준다.

이는 특히, 상표 등의 표장 콘텐츠가 전혀 표시가 없거나 일부만이 표시되어 있거나, 시각적인 표시만이 있는 경우 더욱 효과적일 수 있다. 예를 들어 상표 등의 표장 콘텐츠 중에서 소리(소리 상표, 의성어, 효과음, 음악, 노래, CM, 슬로건, 기타 소리 상징물) 콘텐츠를 결합 또는 연동해서 음향장치(헤드폰, 컴용 스피터, 모니터용스피커, 이어폰)에서 이를 발생시켜 주는 것이다.

포지션 트래킹의 응용

포지션 트래킹(Position Tracking)의 한 응용 방법으로 학습&자(80-1)의 비전(Vision)을 트래킹(tracking)한다. 모니터와 결합하여 시청자의 시각을 인식하는 장치(Vision Tracker: 화상카메라, 디지털 카메라, 비전 트래킹 전용 하드웨어 등과 이를 이용하는 소프트웨어)로 시청자의 시선을 쫓아서 특정 단어가 읽혀질 때, 그와 관련된 상표 등의 표장 콘텐츠 중 소리상표나 일반인이 특정 브랜드나 상품의 고유한 소리로 인식하는 소리(소리 상표, 의성어, 효과음, 음악, 노래, CM) 등을 컴퓨터의 음향장치(헤드폰, 컴용 스피터, 모니터용스피커, 이어폰)에서 발생시킨다. 예를 들면, 콜라라는 문자가 나오면, 펄시라는 콜라 상표와 유사한 음향효과인 병따는 소리가 난다. 오렌지쥬스가 나오면, '파봉'이라는 소리가 난다. 아이스크림이라는 문자가 나오면, " 12시에 만나요 부라보콘, 둘이서 만나요 부라보콘" 등의 음악이 나온다.

포지션 트래킹(Position Tracking)의 한 응용으로 콘텐츠에 상표 DB를 연동하는 것이 아니라, 사이버 복권을 대응시킬 수 있다. 학습&자(80-1)가 콘텐츠 내부에서 마우스나 키보드 등을 통해서 단계적으로 콘텐츠를 검색할 때, 특정 부분에 도달하게 되면, 팝업메뉴가 나타나거나, 버튼이 생기거나, 새로운 메뉴가 있음을 알리는 메시지가 나타나고, 이를 클릭하여 표시하게 하면, 사이버 복권이 나타난다. 혹은 상표 DB와 사이버 복권을 섞어서, 콘텐츠의 전 영역을 통틀어서 일반적으로는 광고가 나타나고, 때때로 광고 대신에 복권이 나타나면, 학습&자(80-1)의 호기심과 기대심리를 자극하게 된다. 또는, 콘텐츠에 연동하는 광고를 학습&자(80-1)가 클릭 등의 상호작용하면 복권이 나타나게 할 수도 있다.

입력 상호 작용

학습&자(80-1)가 네트워크 상의 특정한 위치에서 키워드 입력 또는 enter 키 또는 마우스 선택 버튼의 입력이 있을 때(92-2), 이 키워드 입력 또는 enter 키 또는 마우스 선택 버튼의 내용에 해당하는 입력을 분석하여 입력 중 상품 등의 명칭이 있을 때 그 명칭을 인식하고(92-3) 상기의 발명 사상 전 과정을 적용시킨다. 즉, 소리 등의 새로운 상표 등의 표장 콘텐츠를 출력하기도 하고(92-4), 시간이 지남에 따라 상표 등의 표장 콘텐츠가 바뀌기도 한다.(92-5)

조건에 따른 표시

도 93에 본 과정이 도식화 되어 있다.

학습 학습 콘텐츠 제공자(80-2) (80-2) (80-2)측에서의 조건 성취

여부에 따른 표시

학습 학습 콘텐츠 제공자(80-2) (80-2) (80-2)는 특정한 조건의 성취 여부(예를 들면 광고료의 지불)를 조건으로 하여 상기의 표시의 전과정을 수행할 수도 있다. 즉, 표시하는 자의 선택에 의해 임의로 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합

할 수 있다. 하나의 학습 콘텐츠 내에서 상품 등의 명칭이 복수개 있을 경우 1개, 일부, 전부 또는 특정한 조건을 만족하는 것에 대해서만 본 발명의 표시 과정을 거치게 할 수 있다. 표시되는 학습 콘텐츠 내용에 해당되는 상표 등의 표장 콘텐츠가 여러가지 있을 경우 이의 우선 순위를 임의로 조정할 수 있다. 예를 든다면 학습 콘텐츠가 표시되는 페이지의 내용을 분석하여 한 페이지에서 가장 많이 나온 상품 등의 명칭에 대응하는 것을 광고할 수도 있다.

또한, 학습&자(80-1)의 입력을 받아서 상표 등의 표장 콘텐츠의 표시 수준(개수, 방법 등)을 정할 수 있다.

학습&자(80-1) 측면에서의 조건의 성취 여부에 따른 표시(****) 본 상표 등의 표장 콘텐츠를 통한 광고 기법은 학습&자(80-1)가 목적으로 하는 것에 합치 되는 정도가 강하므로(학습을 하면서 자신들이 선호하는 상품의 광고 등을 보게 되므로) 정보성이 강하다. 하지만, 광고의 노출에 대해서 광고주나, 기타 광고를 통해서 이익을 얻는 자로부터 보상을 받을 필요가 있음은 여전하다. 이때, 학습&자(80-1)등이 보상 관리 프로그램(80-5)을 사용하는 경우, 기타 보상에 관한 조건을 사전에 광고주나 웹사이트와 계약 등을 체결하거나, 실시간으로 보상 관리 프로그램(80-5)을 통하여 보상을 받는 조건으로 상표 등의 표장 콘텐츠를 받을 수도 있다. 즉, 보상 관리 프로그램(80-5)을 통하거나 기타의 방법으로 상표 등의 표장 콘텐츠의 수용의사가 콘텐츠의 공급자들에게 전달될 때에 한하여 학습&자(80-1)들에게 상표 등의 표장 콘텐츠가 전달될 수 있다. 그러므로, 보상 관리 프로그램(80-5)에는 상표 등의 표장 콘텐츠를 제거하거나 선별하는 필터링(filtering) 과정이 있을 수 있다.

광고 표시의 선택권 부여

선택권의 종류로는 아래와 같은 것이 있을 수 있다.

첫째, 광고 표시 유무와 표시 정도(level)를 선택한다. 오른쪽 마우스 버튼 메뉴에 할당, 보상 관리 프로그램(80-5) 옵션에 할당, 프로그램이 점유하는 화면 상의 특정위치에 나타나는 버튼, 브라우저의 메뉴바, 단축키 등을 작용하여 광고가 나타나는가 여부를 학습&자(80-1)가 선택할 수 있게 한다. 또는, 지나치게 많은 광고가 콘텐츠에 표시됨으로써 시야를 훼손하고 콘텐츠에 집중하는 것을 방해받지 않길 원할 때는 삽입되는 광고의 개수와 크기, 눈에 띄는 정도 등을 단계별로 조절할 수 있게 한다. 더 많은 광고를 보면, 더 많은 상품정보를 얻고 또 더 많은 보상을 받게 됨으로 이의 선택은 학습&자(80-1)가 행할 수 있다.

둘째, 광고 순환의 선택으로 교체용 버튼(웹사이트의 메뉴, 웹 브라우저의 메뉴, 오른쪽 마우스 버튼의 메뉴, 단축키의 메뉴)을 삽입하여 여러 개가 가능한 광고 중에 원하는 것을 볼 수 있다. 예를 들면, 햄버거라는 글자가 나타나면, 다양한 상품에 대한 광고가 가능한데 버튼을 클릭하면, 그 다음 광고가 나타나고 또 버튼을 누르면 그 다음 광고가 나타나는 식으로 광고가 순환하게 할 수 있다.

셋째, 광고 대상의 선택으로 선호되는 광고, 배제되는 광고의 내용과 형식을 학습&자(80-1)가 미리 선택하게 한다. 또는, 광고의 형식적인 측면에서도 배너광고는 배제하고, 칼러 광고는 배제하는 식의 옵션을 학습&자(80-1)에게 부과할 수 있다.

기본 표시와 확장 표시

상표 등의 표장 콘텐츠를 표시할 때 기본 표시와 확장 표시의 개념을 도입할 수 있다. 기본 표시란 상표 등의 표장 콘텐츠의 각종의 표시 중에서 하나 또는 일부만을 표시해 주는 것이며, 확장 표시는 학습&자(80-1)가 기본 표시에 작용(포인팅 디바이스의 위치, 통과, 클릭 등의 학습&자(80-1)의 임의의 입력)에 대응하여 기본 표시와 다른 표시가 나타나는 것을 말한다. 즉, 기본적인 상표 등의 표장 콘텐츠로 콜라 그림만이 붙어 있다면, 학습&자(80-1)가 이 콜라 그림 위에 커서 또는 마우스를 갖다 댈 때, 콜라 병따는 소리 같은 기본 표시 이외의 상표 등의 표장 콘텐츠를 표시 또는

출력해 주는 것이다. 이는 특허, 도움말 표시하는 풍선을 확정 표시를 표시하는데의 한 도구로 사용될 때 더욱 효과적이다. 즉, 풍선에서 도움말이 차지하는 자리에 그 상품 등의 명칭에 관계하는 공급자에 대한 확장 정보 또는 상표 등의 표장 콘텐츠 이외의 광고 콘텐츠(동영상, 배너 등 모든 종류의 광고 목적의 콘텐츠)를 표시해줄 수 있다.

기본 흐름(flow)에 대한 설명

학습 콘텐츠로 저장된 것들에 대한 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합하는 방법

첫째, 분석 과정 - 학습 콘텐츠의 내용을 분석한다.(97 - 1)

자동 분석, 수동분석, 분석의 시기(저장된 것, 네트워크를 통하여 전송할 때 실시간으로)를 통해서 분석하고 상품 등의 명칭을 찾아 낸다.

둘째, 상표 등의 표장 콘텐츠 광고 설정 - 학습 콘텐츠의 상품 등의 명칭에 매칭(matching)되는 상표 등의 표장 콘텐츠나 상표 등의 표장 콘텐츠 모음의 유형을 설정한다.(97 - 2) 본 유형 설정 과정은 생략될 수 있으며 이때에는 상품 등의 명칭에 해당하는 상표 등의 표장 콘텐츠가 바로 대응된다.

셋째, 제작(외부에서 불러오기 포함) 및 대응 - 해당 유형에 맞는 상표 등의 표장 콘텐츠가 제작되고, 기존의 상표 등의 표장 콘텐츠 DB(30 - 2)에서 대응되는 광고가 찾아진다.(97 - 3)

넷째, 학습 콘텐츠와 상표 등의 표장 콘텐츠와의 대응관계가 저장된다.(97 - 4)

다섯째, 결합 및 표시 - 학습 콘텐츠가 표시될 때, 학습 콘텐츠와 상표 등의 표장 콘텐츠의 대응관계를 참고하여 상표 등의 표장 콘텐츠가 삽입되거나, 치환되거나, 뒤섞이거나, 연동하여 본 발명이 제시하는 표시 방법 및 기타의 방법으로 표시된다.(97 - 5)

송신하는 데이터

웹사이트가 학습&자(80 - 1)에게 제공하기 위하여 송신하는 학습 콘텐츠를 실시간으로 분석하여 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합하여 제공한다

첫째, 송신 데이터를 분석하여 상품 등의 명칭을 찾아 낸다.(98 - 1)

둘째, 상표 등의 표장 콘텐츠 광고 설정 - 학습 콘텐츠의 상품 등의 명칭에 매칭(matching)되는 상표 등의 표장 콘텐츠나 상표 등의 표장 콘텐츠 모음의 유형을 설정한다.(98 - 2) 본 유형 설정 과정은 생략될 수 있으며 이때에는 상품 등의 명칭에 해당하는 상표 등의 표장 콘텐츠가 바로 대응된다.

셋째, 제작(외부에서 불러오기 포함) 및 대응 - 해당 유형에 맞는 상표 등의 표장 콘텐츠가 제작되고, 기존의 상표 등의 표장 콘텐츠 DB(30 - 2)에서 대응되는 광고가 찾아진다.(98 - 3)

넷째, 결합 및 표시 - 학습 콘텐츠와 상표 등의 표장 콘텐츠의 대응관계를 참고하여 상표 등의 표장 콘텐츠가 삽입되거나, 치환되거나, 뒤섞이거나, 연동하여 본 발명이 제시하는 표시 방법 및 기타의 방법으로 표시된 것을 전송한다.(98 - 4)

학습&자(80 - 1)의 입력

학습&자(80 - 1) 입력에 반응한다. 게시판에 글을 쓸 때, 가장 효과적인 것은, 학습&자(80 - 1)의 욕구와 필요가 집약되어 있는 검색엔진에 키워드를 입력할 때이다.

첫째, 학습&자(80-1) 입력의 내용을 분석한다.(201)

둘째, 학습&자(80-1) 입력의 내용에 매칭되는 광고나 광고 모음의 유형을 설정한다.(202)

셋째, 해당되는 유형의 광고나 광고 모음의 DB에서 콘텐츠와 같이 표시할 광고를 선택한다.(203)

넷째, 콘텐츠가 표시될 때, 광고가 삽입되거나, 치환되거나, 뒤섞이거나, 연동한다.(204)

학습&자(80-1)가 원하는 광고

웹사이트의 내용과 상관관계가 떨어지더라도 학습&자(80-1)가 원하는 광고를 표시한다.

첫째, 학습&자(80-1)가 원하는 광고 유형, 아이템, 형태, 상품, 분류의 설정을 학습&자(80-1)가 입력한다.

둘째, 이 설정을 학습&자(80-1)가 탐색을 원하는 웹사이트에 전송하거나, 광고관리프로그램 광고관리센터, 광고중개 사이트 등의 대행자가 콘텐츠를 제공하는 웹사이트에 전송한다.

셋째, 설정에 따르는 광고가 웹사이트의 콘텐츠와 함께 표시된다.

광고의 표시에서 풍선말 활용

마우스 등의 위치 표시 장치를 상품 등의 명칭 또는 상표 등의 표장 콘텐츠에 위치시켰을 때, 풍선말이 나오게 할 수 있다. 이는 각종의 삽입된 광고가 객체로서 존재하여 이의 특성을 설명하기 위한 설명문이 풍선 도움말의 형태로 나타나는 일반적인 프로그래밍 기법을 응용한 것이다. 이 풍선말 속에 상표 등의 표장 콘텐츠 중에서 쓰이지 않은 것들 또는 통상의 디지털화된 광고 콘텐츠를 넣을 수 있으며, 이것들이 표시(동영상, 소리 포함)될 수 있다.

광고 결합 센터(80-5)(80-5)의 존재와 외부에서 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합하는 경우

상품 등의 명칭 등에 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합하는 과정이 일어나는 장소가 학습 콘텐츠를 제공하는 동일한 웹사이트의 서버 내부에서 일어날 수도 있으며, 내부가 아닌 외부의 제 3의 서버 등에서 일어날 수 있다.

통상의 웹사이트에 적용

학습 콘텐츠를 공급하는 자(컴퓨터, 서버 포함)는 이를 외부의 상표 등의 표장 콘텐츠를 부착해 주는 서비스를 하는자인 광고 결합 센터(80-5)(80-5)(컴퓨터, 서버 포함)에게 전송할 수 있다.(30-6b) 광고 결합 센터(80-5)(80-5)는 전송 받은 학습 콘텐츠를 분석하여, 상품 등의 명칭 등을 추출해 내고, 이에 대응하는 상표 등의 표장 콘텐츠를 부착하여 다시 학습 콘텐츠를 공급하는 자에게 전송해 줄 수 있다.(30-6b) 이때, 광고 결합 센터(80-5)(80-5)는 최대한 자세하게 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합해 주고, 이를 전송 받은 학습 학습 콘텐츠 제공자(80-2)(80-2)(80-2)(30-6a 또는 30-6b)는 자신의 목적에 맞게 상표 등의 표장 콘텐츠의 양과 질, 표시 방법 등을 조절할 수 있다.

전자 우편에 적용(30-6b - 30-7)

본 방법은 학습 학습 콘텐츠 제공자(80-2)(80-2)(80-2)(30-6a 또는 30-6b)가 외부의 학습&자(80-1)들에게 자신의 웹사이트의 접속 없이 콘텐츠를 제공받는 전자 우편 및 학습 콘텐츠의 다른 웹사이트로의 전송 등을 포함한 각종 정보 제공 방법(예를 들면 맞춤 뉴스 제공 등)에 특히 유용할 수 있다. 이에 대해 자세히 설명하면 다음과 같다.

첫째, 학습 학습 콘텐츠 제공자(80-2)(80-2)(80-2)(30-6a 또는 30-6b)가 학습&자(80-1)에게 보낼 전자 우편을 광고 결합 센터(80-5)(80-5)로 보낸다.(30-6a)